



# 「道の駅」を地方創生、 観光の加速拠点に、 そして世界ブランドに！



## 篠原 靖 氏

SHINOHARA Yasushi

跡見学園女子大学観光コミュニティ学部  
准教授

1993年に103駅でスタートした道の駅は、1,180駅まで拡大（2020年7月時点）。年間2億人以上が利用するなど、今では道の駅が目的地となるまでに至っている。また、昨年11月に提言「『道の駅』第3ステージ」が取りまとめられ、道の駅を「地方創生・観光を加速する拠点」に位置づけ、“観光”“防災”“地域センター”を柱に、新たな取り組みを推進していくこととなった。そこで、「道の駅」第3ステージ推進委員会委員である篠原靖跡見学園女子大学観光コミュニティ学部准教授に、第3ステージの具体的な内容とその狙い等について話を聞いた。

聞き手は、国土交通省道路局企画課の東佑亮企画専門官。

なお、本インタビューは、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、Web会議で開催した。

1959年、東京都生まれ。大学卒業後の30年間に及ぶ大手旅行会社勤務を経て、現職。国土交通省「『道の駅』第3ステージ推進委員会委員」、内閣府「地域活性化伝道師」をはじめ、省庁委員や全国各地の観光関連委員等を多数歴任。観光素材の掘り起こし、具体的な旅行商品化を図る面白企画の達人。

——昨年11月に、『道の駅 第3ステージ』について提言いただき、本年2月には『道の駅 第3ステージ推進委員会』（委員長：石田東生・筑波大学名誉教授）の第1回委員会が開かれました。本日は、今後、道の駅をどう進めていくか等を中心にお話を伺いたいと思います。道の駅は制度開始から四半世紀が経ちますが、はじめに、篠原先生と道の駅との関わりについてお聞かせください。

**篠原** 私は、「観光による地域活性化論」が専門分野です。研究の一環として全国の道の駅を拝見し、地域力が落ちている中で、道の駅の存在の威力、今後の日本の地方創生には道の駅の役割や位置づけが非常に重要になるだろうと考えています。道の駅は1993年に運用を開始され、27年が経過しました。道の駅は、1次産業の6次産業化をベースにしながら、地産地消の推進や地域ブランド化等を推進し、雇用の創出を伴う地域経済の核になっています。今や地域経済と道の駅は、切っても切れない関係になっていると感じています。

——昨年11月の提言を取りまとめるにあたって1年弱にわたり、検討会で様々な議論をいただきましたが、その概要をお聞かせください。

**篠原** 道の駅の役割は、第1ステージから第2ステージへ、時代の変化とともに進化してきました。第2ステージでは、「道の駅自体が目的地」になるまで進化し、第3ステージは、2020年からさらなる進化を目標に掲げてスタートしていきます。全国の道の駅は本年7月時点で1,180駅にまで拡大しており、年間2億人以上が利用しています。この第3ステージのコンセプトは、『地方創生・観光を加速する拠点』へ＋「ネットワーク化で活力ある地域デザインにも貢献」で、道の駅の躍進を願い、大きなタイトルを付けました。中でも注目すべき目標の一つに『道の駅』を世界ブランドへ』があります。加えて、今までの地域の核という役割から、防災や、あらゆる世代が活躍する舞台としての子育て応援に至るまで域外の利用者サービスに留まらず、地元の方々の生活に密着した目指すべき未来像を掲げ方針が示されています。

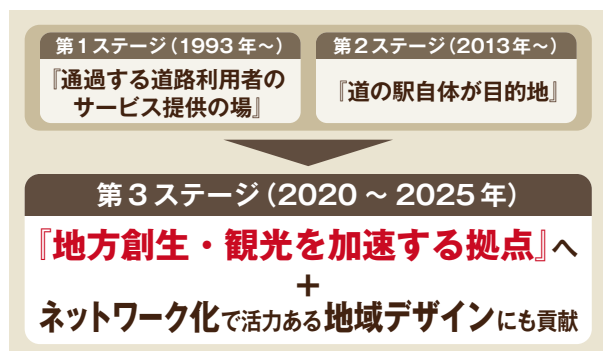


図-1 「道の駅」第3ステージ 新たなコンセプト  
(出典：国土交通省資料を元に作成)

## 「2025年」を目指す3つの姿

### 1. 「道の駅」を世界ブランドへ

- 海外へのプロモーションやプロジェクト展開を国が推進し、「道の駅」は世界ブランドに。多くの外国人が新たなインバウンド観光拠点となった「道の駅」を目指し日本へ。
- 「道の駅」では、国や連絡会の支援も受けて、多言語対応やキャッシュレスなど基本サービスを用意。地域の文化体験など地域ぐるみでの受入環境も充実。周辺の「道の駅」や観光施設、風景街道などが連携して周遊観光ルートを創出。
- バス、自転車、レンタカーなど周遊の交通拠点としての役割も発揮し、日本の隅々まで旅行を喚起。多様な交通手段と地域、観光施設情報等がまとめて提供されるサービス(観光MaaS)の導入も始まり移動が活発化。

### 2. 新「防災道の駅」が全国の安心拠点に

- 広域的な防災機能を担うため、国等の支援を受けてハード・ソフト対策を強化した「防災道の駅」を新たに導入。地域住民や道路利用者、外国人観光客も含め、他の防災施設と連携しながら安全・安心な場を提供。
- 各「道の駅」でも、地域の防災計画に基づいて、BCPの策定、防災訓練など災害時の機能確保に向けた準備を着実に実施。
- これら「道の駅」の活動情報は、災害時に国、自治体、連絡会等でき早く共有。関係機関の支援も受けながら、道の駅が地域の復興・復興の拠点として貢献。

### 3. あらゆる世代が活躍する舞台となる地域センターに

- 「道の駅」を舞台に、地域の課題解決や民間とタイアップした「地域活性化プロジェクト」が、ボランティアを含めた様々な団体との協働や、全国連絡会等が橋渡しを行いながら、全国各地で盛んに実施。
- 地域の子育てを応援する施設の併設や、高齢者の生活の足を確保するための自動運転サービスのターミナルとなるなど、あらゆる世代が「道の駅」で活躍するための環境を提供。
- 多くの学生達が、「道の駅」でインターンとして業務を経験したり、実習に訪れ、地域の特産品をいかした商品開発に取り組み、全国コンテスト優勝を目指して奮闘。

図-2 「道の駅」第3ステージ 「2025年」を目指す3つの姿  
(出典：国土交通省資料を元に作成)

## 道の駅が地域観光をサポート

——篠原先生には、委員会において観光に関し、様々な意見をいただきました。さらに観光庁が設置するレンタカー関係の検討会でも委員を務めていらっしゃいます。道の駅と観光、また、レンタカーと連携した取り組みや今後への期待についてご教示ください。

**篠原** 現在は新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンド旅行者の受け入れは当面中断を余儀なくされていますが、今年は、本来であれば東京2020オリンピック・パラリンピック絡みの訪日客を含めると年間4,000万人を間違いなく突破していたでしょうし、2030年に6,000万人とすることが政府目標でした。しかし、政府の渡航規制の中で2020年4月の訪日外客数が前年同月比99.9%減となる等、現状は壊滅的な状態です。ついてはこのインバウンド消費のマイナス分を、このところ低迷気味であった日本人の国内観光を促進することでカバーする必要に迫られてい



ます。言わば、原点回帰といったところですよ。

その中で、道の駅を舞台に各市町村は改めて地域に眠るそれぞれの文化、歴史、しきたり、食の特性等、未だ顕在化していないその土地の生活文化をリアルに旅行素材として加工していくことが求められます。すなわちコロナ後の観光振興は、従来の周遊型の観光スタイルから「マイクロツーリズム」と称される自らが住まう近隣県の魅力を改めて発見し、観光目的(テーマ)を明確にした滞在型の観光形態が目されることとなります。これに対応するには従来の様に観光事業者だけで受け入れ態勢を構築することは困難であり、商工事業者をはじめ、漁師や農家に至るまで地域の様々な業種や組織が連携し、観光を舞台に地域のブランド化を進める「地域の総力戦」(日本版DMO戦略)の時代に突入します。こうした中、地域観光のプラットフォーム(情報発信基地)として道の駅を活用することが極めて重要になります。

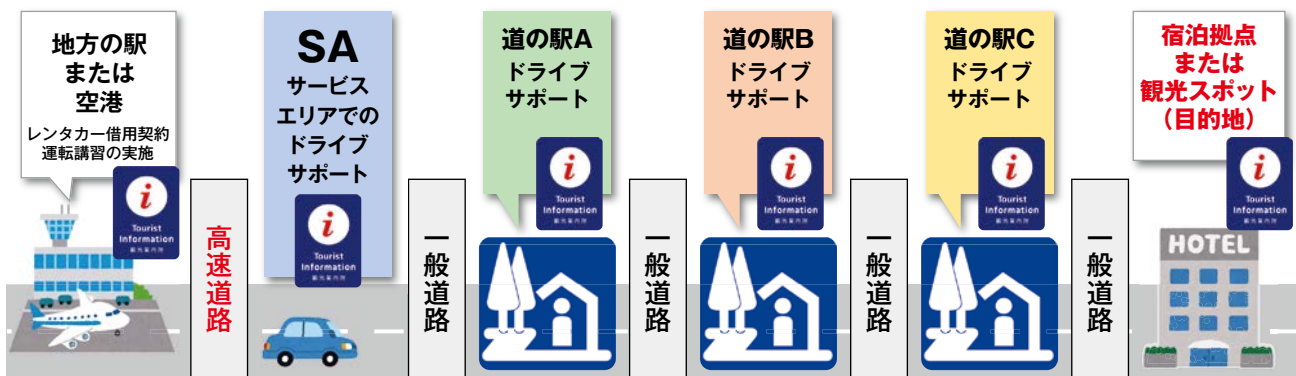
### 地域の魅力等を道の駅が核となり発信! 「関係人口」拡大の拠点に!

篠原 言うまでも無く全国の市町村は少子高齢化の中で大きく疲弊しており、観光による「交流人口」の拡大が求められてきました。そんな中、総務省は新たに「関係人口の拡大」を掲げた政策を打ち出していることをご存知でしょうか。「関係人口」とは、「観光交流」と「移住定住」の中間に位置づけられています。大切なのは、道の駅の来訪者を物品の販売や食の提供のみに留めることなく、様々な工夫で地域との繋がりを創出し、地域との小さな絆を深める戦略が必要だということ。この戦略の柱の一つが、先程

述べた「地域の総力戦」です。それぞれの地域に眠る文化、歴史、しきたり、食の特性等、未だ顕在化していない土地ごとの生活文化を、リアルに旅行素材商品として加工した着地型旅行商品(小さなローカルツアー)を提供し、道の駅を拠点に滞在時間を拡大させながら、地域の人々と来訪者が交流を深めご当地を大好きになっていただくことで、「交流人口」以上の「関係人口」へと進化させるべきでしょう。このような関係構築は、「ふるさと納税」や「お取り寄せ需要」の拡大等、様々な地域活性化戦略にも繋がります。

### 観光庁と連携し長期ビジョンで構築する“道の駅”と“インバウンド”の関係

篠原 コロナ禍の中ではインバウンド観光の復活は当面難しいという世論が多くありますが、私はこのような現状はそう長くは続かないと考えています。冷静に日本の観光を長期ビジョンで考えながら、道の駅の安定的な経営を考えていかなければなりません。一部を除き道の駅のインバウンド対策は遅れており、至急インバウンド需要を取り込める対策をしっかりと確立させる必要があります。インバウンド旅行者が初めての訪日した際に、その多くがゴールデンルート(東京~大阪間の主要な観光地を巡るルート)を訪れているのが現状ですが、こうした旅行者をいかに地方に分散できるかが課題です。現状では、訪日外国人旅行者の主体はまだ団体ツアー(グループ旅行)が多いのですが、2度目以降の来日となれば、旅行形態はFIT(個人旅行)に変わってきます。具体的な課題を指摘すれば、旅行者が仮に地方空港を利用し訪日したとしましょう。地方空港に着いてから目的とする宿泊地までは、観光をしなが



●道の駅を発着拠点にした一次産業や地域文化を体験できる着地型観光の造成や外国人販売商品開発案内所の設置

外国人観光客が地方に分散しても、観光拠点および宿泊拠点以外の通過市町村では、インバウンド消費による経済効果は、現状では見込めない。今までインバウンドと無縁であった市町村にある道の駅では、地域DMOとの連携で、インバウンド用の商品開発や、着地の生活文化に根差した着地型商品を販売し、新たなインバウンド需要を地域に還元できる仕組みを構築する。

●地域産品ベースにインバウンド用に商品開発 ●インバウンド対応人材の育成

図-3 インバウンドを視野に入れた日本独自のドライブ旅行サポートシステム (提供: 篠原氏)

ら行動しますが、地方観光の現状を分析すると、個人旅行者には、2次交通の確保が極めて難しいのが現実です。

例えば、空港から路線バスを利用して観光スポット（目的地）まで行く場合、その移動行程には複数の市町村が存在しますが、目的地以外の通過市町村は訪日旅行者との接点生まれず、外国人をターゲットにした経済的効果を上げることはできません。ここで注目したいのが、私も委員を務める観光庁の訪日旅行者の地方分散政策の一環でもある、外国人のレンタカー利用を促進する「訪日外国人旅行者のレンタカー利用促進に向けた検討会」の提言です。

提言では地方観光の拡大と地域消費の促進を行うために、レンタカー利用の促進を進め、道の駅を地域と訪日旅行者の消費を結ぶプラットフォームと位置づけています。私が提言している「インバウンドを視野に入れた日本独自のドライブ旅行サポートシステム」(図-3)をご覧ください。左側が空港で、右側が宿泊拠点・観光スポットです。高速道路では、サービスエリア(SA)等でインバウンド用のルート案内などサポートが始まっており、各高速道路会社では、インバウンド用の割引の料金設定を打ち出すなど利用しやすくなっています。しかし、一番右側の宿泊拠点に行くまでに通過する各市町村も今まで顕在化していない地域の文化があり、外国人に喜んでもらえるようなコンテンツが多く眠っているものです。様々な観光資源がありながら現状のままでは、レンタカー観光を推進しても、空港と昔から名の知れた観光スポットや宿泊拠点のホテル等にはお金が落ちますが、中間に存在する市町村には恩恵がほとんどありません。私はこの点を強く指摘しています。

観光庁では、各市町村を通じて日本版DMOを推進しながら新たな受け入れ態勢をつくる施策を講じています。DMOができ上がり、良い商品が集まり体制ができているにもかかわらず、その商品に外国人旅行者が接する機会がほとんどないのが現状です。そこで主役となるのが道の駅です。再び図-3で説明すると、まず高速道路のSAで道案内をし、宿泊拠点までの道の駅を一般道のSA的な位置づけとして捉えて、日本版のドライブ旅行をしっかりと売り出していく。今まで「うちの村に外国人旅行者が来るわけない」と思っていた住民も、国策として外国人ドライブ旅行が推奨されれば、単独地域や広域エリアの中で外国人向けの商品開発が進みます。このような流れを作れることも、第3ステージで新たなチャレンジだと言えます。良い意味で、道の駅を舞台にした新たな地域観光が全国、全世界に広められることを目指したいと考えています。

もう一つ、こうしたドライブ旅行の新たな仕組みとして「Michi-no-Eki」を世界ブランドにしていこうという第3

ステージの大きな目標に繋がっていきます。現在、海外にも道の駅のブランド支援をいくつか展開されていると伺っていますが、いかがでしょうか。

—— インドネシアやカンボジアなどで展開されています。これまでに日本の道の駅のノウハウ、実際に商品を展示するときのPOPや商品仕入のノウハウ等を伝授しています。プロモーションという意味では、海外の人たちに道の駅の商品を輸出し、買ってもらうという話と、海外から日本に来ていただいて道の駅で消費してもらう、その両方を関係者とも協力しながらやっていく必要があると思っています。

### 3つのキーワード 「体験」「滞在」「交流」

篠原 道の駅の海外支援の中で“道の駅が開設された国”には認定基準を設けて認定施設には日本でおなじみのシンボルマークをきちんと表示していただく。シンボルマークが世界に馴染んだ上で、本家である日本に來日していただくストーリーが組めれば、インバウンド増加の期待もできると思います。第3ステージは観光面で言うと、今までのステージとは異なり、地域に眠る生活の文化、歴史、食、祭り等をもう一度見直し、地域の良さを考え直していただき、それらを若い世代と共有していくことだと思います。このことは地域にお客様を呼んでくるという経済的な観光効果もありますが、もう一つ、自分の住んでいる地域を見つめ直し、地域の価値を高めて自分の町を好きになってもらうということです。

「体験」「滞在」「交流」という3つのキーワードで、どのように地域の良さを来訪者に伝えるか、そのメニューができ上がればと思います。滞在型に目を向けると、別分野ですが、現在、民泊や農泊を一生懸命やっています。これらを道の駅が地域の核となって、来訪者に提供していくというのが第3ステージでの位置づけで、観光面におけるステップになると捉えています。

—— 我々も、道の駅が観光面の受け皿になればと思っています。また、観光に取り組むにあたり、地域の資源をどう掘り起こしていくかも重要です。都市部で暮らす我々の価値観と地方部で暮らす地元の方の物の考え方や価値観がズれていることが多々あります。例えば、その素晴らしい風景を目当てに訪れる方もいる棚田ですが、役所の職員が棚田百選に推薦するために地元の方を訪ねると、「山間部で棚田という形では、田んぼを確保できなかった。だから人様に見せるなんて恥ずかしい」というような話を聞いたことがあります。そういう意味でも、様々な価値の再定義を観光に取り組む中で行うことは重要だと思います。



**篠原** 大切なのは、地元住民は地の利が悪い中でも生活するための知恵を培ってきたことです。例えば、保存食や発酵の文化が出てきたり、歴史の中のバックグラウンドを探していけば、必ず何かがあるわけです。これに今の時代の健康ブーム、健康食がある。こうした部分と、発酵文化がどのように繋がるかということ、エビデンスを含めてしっかり加工していきます。これで、新たなマーケットと、今まで注目される機会がなかった地域が繋がるのではないかと思います。

## 道の駅と大学の連携成果

——我々は2014年から道の駅と大学の連携の取り組みを進めていますが、篠原先生には当初からお世話になっています。篠原先生の抱く思いや今後の展望についてお聞かせください。

**篠原** 2014年から、道の駅と大学をもっと深く連携させていこうと、まず道の駅の現状と課題を探りました。見えてきたのは、疲弊している状況下で情報発信等のマンネリ感が否めなくなってきたことです。そこに若い学生の力を投入することで、POPをつくったり、SNSで情報発信力を上げていったり、市町村と道の駅が一緒に動いて地域の観光素材を撮影した短編PR動画制作等を仕掛けてきました。道の駅を中心に小さな経済を回していく、それを体験できるのが道の駅です。道の駅には少子高齢化で悩む地域の縮図があると思います。

道の駅に学生が入ることにより、彼らは地域ビジネスを学んで、住民は学生の発想に驚きながらも相互に良いコミュニケーションを図れていました。さらに実習期間のみならず、その後も年間を通して相互の交流を深め、道の駅が都心で行うイベントに学生がお手伝いに行ったり、地域のお祭りに学生が招かれる等、互いに良い関係を構築し、発展してきた経緯があります。その成果を発表しようと、まず関東地方整備局管内で15～16件の成果発表会を行いました。それぞれ工夫している情報を共有しながら、翌年度の連携事業に繋げていく。さらにそれを発展させ、地方整備局ごとに活動成果を有識者に評価していただき、優秀なチーム(大学)を各地方整備局で表彰し、その後、それらのチームを東京に招いて、新たな「学生道の駅」コンテストを開催して、国土交通省等から表彰していただくことも考えています。大学のみならず、該当する道の駅を表彰する仕組みができれば、大学教員も、学生も、道の駅側も、共に良い連携をしようと工夫する。2014年から始まった大学連携を次のステップに展開するために、ここで申し上げたような環境整備を、委員会、道路局と始めています。

——学生にとっても、こういう形で表彰されることは学生のモチベーションになるでしょうし、道の駅にとってもメリットがあると思います。それを継続的できるようにしていくことが大事ですね。

**篠原** 現状では学生と道の駅という繋がりのみですが、様々なインセンティブが加わることによって、学生たちも張り切る馬力が違いますから、その辺は非常に大事な仕掛けになりますね。成功事例を全国に繋げていながら、地域の連携と大学の実践型の教育の課題等がうまく連携して広がっていくことが非常に大事です。理想としては今後、道の駅と大学連携のコンテストがメジャーになって優勝の価値を構築できれば、一つのお墨つきになります。また、こうした連携の価値は地域を知ることによって、都会育ちでも、地域の魅力に繋がって移住をするきっかけになり得るということです。

4年ほど前に、東京出身の大学2年の私のゼミ生を北海道の利尻島に連れて行きました。利尻島も加速する高齢化の中で生活文化観光の構築を行うために、現地の疲弊する漁業をどのように観光と繋げようか、シーニックバイウェイを自転車とどう繋げようか等を、島の方々と学生、教員が力を合わせ利尻観光の課題解決実習を行いました。その実習を通して、彼女は地元の方々との交流を深め、実習後も冬の酷寒時に1週間滞在等して、すっかり島の虜になり、現在は利尻富士町役場に勤務しています。こうした事例もありますので、道の駅と大学との連携強化は、まさに若者の定住の入り口となり得ると、私はそんな夢を描いています。

## 道の駅が果たす防災の役割

——防災に関しては、どのようにお考えですか。

**篠原** 防災は、第3ステージのメインテーマの一つです。激甚化している災害の中で、道の駅は防災拠点として十分に活用できます。2011年3月の東日本大震災では、道の駅が自衛隊の活動拠点になり、復旧に拍車がかかった実績があります。また、2016年4月の熊本地震では、避難場所やトイレ等の提供により避難拠点としても活用されました。炊き出しを実施する道の駅もあり、観光立国の観点でいうと、こうした取り組みは、インバウンド旅行者のためにも、日本人旅行者のためにもなるものだと思います。

今後欠かせないのは、道の駅の運営主体が自治体の管轄の中で様々な形態がありますが、例えば炊き出しをしたときの経費は、テナントで入っている店舗の社長の厚意で頑張ったとしても、市町村は協定がないからお金を出せない等、地方を回っているとこういう実態も分かってきていま

す。全国の道の駅全てではまだ難しい面もあるでしょうが、拠点化を図りながら、国もしっかり支援して環境整備、バックボーンの仕組みを構築していくことが重要だと感じます。——災害時の仕組み自体がまだ十分に進んでいないのは、ご指摘のとおりです。市町村や都道府県がつくる地域防災計画の中で、避難所や物資の拠点に位置づけられた防災拠点について、まずBCP（業務継続計画）をつくるという話をしています。あわせて、防災の訓練等をセットに道の駅が災害時に機能するような仕組みについて、我々もお手伝いしながら進めていく所存です。

## 道の駅と after コロナ

——「道の駅」第3ステージが始まっている中で、「with コロナ」「after コロナ」として新たな生活スタイル、ニューノーマルが語られています。この点についてのお考えをお聞かせください。

**篠原** 旅に出るといふ意欲は、国民みんなが抱いていると思います。しかし、今後政府が行う観光と地域の消費を促す1.3兆円の「Go To トラベル」キャンペーンが8月よりスタートします。旅行代金の補助や地域クーポンがあったとしても、観光事業者やホテル、レストラン、鉄道・輸送事業者は、実際に国民が動くのか、戻ってきてくれるのか大きな不安を抱えています。旅行客は感染リスクと旅をしたいという欲求が葛藤しているわけですが、ポイントとなるのは、感染リスクを抑えられる立ち寄り先であり、宿泊先であること。これらがニューノーマルの中で旅の需要を取り込める大きなキーワードになると思います。

国内線でどこかへ旅をするときの、空港でのチェックインまでの間、そしてチェックイン後の飛行機、目的地の空港からの移動、宿泊するホテルの中、道の駅も当然ですが、感染予防のための様々な安全策が徹底的に整備されています。といったように全てをニューノーマルの中で組み上げて商品をつくらなければ、旅行商品自体が売れないと考えます。安全で感染リスクを最大限に抑えていくような動きを、全国道の駅連絡会で一定のアウトラインをつくりながら、道の駅で勤務する従業員の健康管理の方法も合わせて指導し、徹底したコロナ対策を道の駅が示していく。こうした仕組みを構築し、ニューノーマルの中で新しい道の駅のスタイルが世の中の手本になることができればベストだと思います。

——今回のコロナ禍を受け、道の駅「ましこ」（栃木県益子町）では、ドライブスルーを始めました。道の駅に安心して来ていただけるよう安全対策を行うこと、さらに、車に乗りながら楽しめるドライブインシアターやパブリック



Web会議でのインタビュー状況。篠原氏(写真左)と東氏(写真右)

ビューイング等、広い駐車場を生かした様々な展開が望めるのではないかと考えています。

**篠原** その先行的な成功事例を国が重点的に支援しながら成功を取めていき、全国でそれを模範にしつつ、独自に組み上げて発展していければいいですね。

## 第3ステージへの期待

——最後に、本年2020年から第3ステージがスタートしています。今後の道の駅にどういったことを期待しているらっしゃるか、お聞かせください。

**篠原** 本日は、いろいろな角度から道の駅の可能性についてお話ができたと思います。ニューノーマルについても、私たち有識者委員は改めて念頭に置き、これまでの常識的なストーリーからニューノーマルの生活スタイルの中で、大胆な道の駅の改革がどのように展開できるか。すでに第3ステージの枠組みがあるわけですから、10年先の社会構造を想定しながら新たな改革を進めるために、今後も、委員会で熱い議論を重ねていきたいと思います。道の駅が新たな可能性に向けて、コロナ禍に負けず、もっと羽ばたいていただけるように、私も頑張っていきたいと決意を新たにしています。

—本日は貴重なご意見をありがとうございました。

### インタビューを終えて

#### 東 佑亮 HIGASHI Yusuke

国土交通省道路局企画課企画専門官

観光による地域活性化という観点から様々な研究をされ、全国の道の駅を巡っている篠原先生からお話を伺いました。

道の駅は道路利用者の休憩施設であるとともに、地域が有する様々な課題を解決する場でも考えています。お話しいただいた観光あるいは大学との連携などによる地域活性化は、多くの道の駅が抱える課題に向き合う重要な取り組みの一つです。

一方で、第3ステージとして展開していく施策をはじめ、今後道の駅ではそのポテンシャルを生かし、今までにない新たな取り組みが進んでいくと思っています。

篠原先生をはじめとした有識者の方、あるいは道の駅の設置者、利用者の方々の声を聞きながら、より良い道の駅を目指していきます。